

8. Экономика предприятия (фирмы) : Учебник / Авт. коллектив: В. П. Волков (рук.), О. В. Девяткин, Н. Б. Акуленко и др. - 3-е изд. - М. : ИНФРА-М, 2003. - 600 с.
9. Экономика предприятия : Учеб. для студентов вузов, обучающ. по экон. спец. и направлениям / Е. В. Арсенова, Я. Д. Балыков, И. В. Корнеева и др. - М. : Юрист, 1998. - 584 с.
10. Экономика предприятия : Учеб. для студентов вузов, обучающ. по экон. спец. / В.Я. Горфинкель, Е.М. Купряков, В.А. Швандар и др. - 3-е изд. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - 718 с.

УДК 339.371.246

ВЕНДИНГ И ВОЗМОЖНОСТИ ЕГО РЕАЛИЗАЦИИ В УКРАИНЕ

**Медуха М.С.
Бычкова О.В.**

Вендинг или автоматизированную торговлю по праву называют бизнесом 21 века и считают одним из самых перспективных и динамично развивающихся направлений предпринимательства. Торговые автоматы, которые казались диковинкой всего несколько лет назад, сегодня все активней проникают в нашу жизнь и предлагают широкий спектр товаров и услуг. Они продают всевозможные напитки и продукты, газеты в метро, бахилы в поликлиниках и даже чистят обувь [1, 25]. Этот вид бизнеса привлекателен тем, что является наименее затратным. Ниже в табл. 1 отражена средняя стоимость вендингового бизнеса в Украине.

Таблица 1

Затраты на вендинговый бизнес в Украине [2]

Автомат по розливу кофе	\$1500-5000
Установка банкнотоприемника	\$300-500
Зарплата персоналу (один человек на 10 автоматов)	\$300-500/мес.
Кофе (1000 г - 72 порции капучино)	от \$150/мес.
Прочие ингредиенты и посуда	от \$150/мес.
Аренда торгового места	\$100/мес.
Итого	от \$2500

Доход при продаже минимум 50 порций кофе в день - от \$500/мес. Оборудование, в данном случае торговые автоматы, рассчитанные на 8-10 лет службы, окупаются в среднем за год. Благодаря этому только сравнительно недавно ставший популярным, этот вид бизнеса начинает быстро развиваться в современных условиях. Этим объясняется актуальность темы исследования.

Изучением теоретических и практических аспектов организации вендинг-бизнеса занимались такие ученые, как А. Золотницкий, М. Иванова, Р.Маркин, А. Людковская и др., однако, принимая во внимание, что это

достаточно современный и перспективный вид бизнеса необходимо дальнейшее развитие положений его организации и повышения эффективности в Украине

Цель данного исследования – рассмотреть основные теоретические и практические вопросы применения вендинговых технологий в торговле, установить проблемы и перспективы его развития в Украине.

Идеи автоматической торговли посещали ещё наших далёких предков. Торговый автомат в его наиболее ранней форме известен уже со времен древнего Египта. Этот торговый автомат, описание которого Александрийским математиком Героном датировано 215 г до н.э., применялся в храмах и при опускании в него монеты продавал святую воду.

Самый первый автомат по реализации банальной «жвачки» был запатентован в 1886 году в США. Материал, из которого делали такой аппарат - стекло и дерево. Подход к продаже через такой аппарат быстро нашел своих сторонников и рынок данного вендингового бизнеса начал бурно расти.

История современных торговых аппаратов насчитывает более ста лет. Механические комплексные торговые автоматы (или "вендоры") появились в начале прошлого века. Эти устройства продавали конфеты, жевательную резинку, сигареты. В пятидесятых годах минувшего столетия автоматы не только наливали сок и воду в стаканчики, но и сами готовили кофе и чай [3, 89].

Сегодня торговые автоматы широко распространены во всем мире. В странах ЕС их около восьми миллионов, в Японии около шести (число торговых автоматов в Японии в 8 раз больше, чем число таксофонов), а в США - более 7 миллионов. В целом по всему миру установлены и работают около 20 млн. различных торговых автоматов. Например, некоторые российские вендинговые компании, наряду с известными всем автоматами для продажи кофе и снеков, предлагают сегодня автоматы для производства и реализации любимого детского лакомства – сладкой ваты. В США автоматы для производства сладкой ваты настолько популярны, что на семейных детских праздниках – в дни рождения, крестины, рождество, окончание детского сада и пр. – на заднем дворе ставится небольшой автомат (обычно в виде робота), который производит вату по желанию и выдает шарики всем детям. А в городе Абу-Даби (ОАЭ) заработал автомат, продающий золотые монеты и слитки как шоколадку или газировку.

Развиваясь, вендинг начинает охватывать различные сферы общественной жизни. В рамках антикризисной программы, когда меценаты решили снизить объем финансирования библиотечных формаций, последние были вынуждены сократить количество рабочих часов. Соответственно, многие граждане лишились возможности получать новые книги и просматривать интересующие их DVD диски. Решение проблемы сотрудники Центральной библиотеки Бреварда (штат Флорида, США) нашли в вендинговых технологиях, обеспечивающих круглосуточное обслуживание клиентов.

Адаптированный торговый автомат вместо кредитной карточки принимает билеты читателей, за длинными номерами которых скрывается история

пользования библиотечным фондом. После своего рода аутентификации, посетителю предлагается выбрать одно из 125 наиболее популярных изданий [4].

Еще один пример вендинга: английской компании Beautiful Vending Ltd. удалось предложить нечто совершенно новое на рынке вендинга - автоматы по продаже парикмахерских услуг. Они так и называются Beautiful Vending Styler machine. В компании быстро подхватили модную тенденцию на прямые длинные волосы и предложили автоматы с утюжками для выпрямления волос. Вендинговые автоматы Beautiful Vending Styler machine устанавливаются в клубах, кафе, ресторанах, спортивных и торговых центрах, позволяя англичанкам привести себя в порядок в течение 15 минут за умеренную плату. Услуга оказалась популярной еще и потому, что Лондон отличается высокой влажностью - повышенная влажность и частые дожди - настоящие враги для укладки.

Сегодня вендинг активно развивается в самых разных областях: все чаще можно встретить массажные кресла и автоматы для экспресс-контроля состояния здоровья (медицинский вендинг), автоматы, продающие колготки и чулки (вещевой вендинг), автоматы-ксероксы и автоматы, печатающие визитные карточки.

То, что работает почти как торговый автомат, но не продает товар, а, например, сдает напрокат – тоже относится к вендинг-индустрии. По такому принципу сдаются напрокат велосипеды или DVD-диски. Университет Юты (США) по такому же принципу сдает ноутбуки.

Следует заметить, что вендинг-бизнес - это зачастую - семейный бизнес (mom and pop business). Бизнес не просто передается по наследству. В работе могут принять участие все члены семьи. Скажем, сеть 20-200 торговых автоматов обслуживается одной семьей - типичная практика в США. Даже производители вендинг-машин в рекламе своего оборудования преподносят вендинг как семейный бизнес. Это несложно и главное надежнее, так как работа идет зачастую с «живыми» деньгами, в чем важен вопрос доверия.

В настоящее время за рубежом (в частности в США) уже появилась новая профессия вендинг-бизнеса «locator» - это предприниматели или компании, которые профессионально занимаются постановкой сети торговых автоматов. Скажем, у вас есть торговые автоматы, но нет опыта по их установке, или попросту нет времени. Вы обращаетесь к «локатору» и он решает ваши проблемы (поиск мест для установки автоматов, заключение договоров на выгодных условиях, расстановка) за определенную плату, то есть, фактически, налаживает вам бизнес. Услуги локаторов достаточно недешевы от 50 до 300 у.е. за установку одного автомата.

Несмотря на более чем столетнюю новейшую историю, индустрия вендинга до сих пор несколько не утратила динамизм и экономическую привлекательность для предпринимателей. Наоборот, развитие технологий позволяет производить всё более разнообразные машины, расширять круг продаваемых торговыми автоматами товаров.

Отсчет новейшей истории вендинга в Украине начался с середины 90-годов, когда с одной стороны, на рынок пришли международные фирмы, для которых вендинг привычное дело, с другой стороны, отечественные предприниматели стали присматриваться к этому новому для них виду бизнеса. Все больше бизнесменов постигают премудрости вендинга и его украинскую специфику. Сейчас перспективы вендинга в Украине выглядят чрезвычайно радужными. Конечно, пока Украина значительно отстает от других развитых стран, как по количеству, так и по ассортименту торговых автоматов, но уже сейчас можно сказать, что это отставание будет сокращаться очень быстро. Несмотря на относительную молодость автоматного бизнеса в Украине, уже можно подводить итоги первых лет развития, анализировать опыт, делать выводы.

По оценкам операторов, сейчас в Украине примерно 5 тыс. шт. вендинговых автоматов. Из них собственно торговых автоматов, снабженных монетоприемниками, не более 2 тыс., остальные - без таковых, называемые еще автоматами для офисов и "фаст-фудов". Около 2,5 тыс. торговых агрегатов - кофе-автоматы. И лишь немногим более 400 - автоматы по продаже прохладительных напитков. Доля машин по продаже снеков (батончиков, чипсов, бутербродов и т.п.) крайне мала.

Оборот вендингового бизнеса в Украине обеспечивают, в основном, горячие напитки (кофе, чай). Выторг одного кофейно-чайного автомата за день - в среднем \$15. Цена же одного аппарата - \$4,5-5 тыс.

Рентабельность торговых автоматов по производству кофе из-за высокой наценки может достигать 300%. Оживлению на рынке немало поспособствовал приход двух крупных кофейных гигантов - Kraft Foods Ukraine и Nestle, которые обеспечивают львиную долю оборота украинского рынка вендинга и по сегодняшний день. При этом схемы работы двух компаний кардинально отличаются: если Nestle, специализирующаяся на растворимом кофе, закупает вендинговое оборудование у иностранных поставщиков и затем сдает его в аренду украинским операторам, то Kraft Foods Ukraine, предлагая потребителям натуральный кофе, предоставляет право закупки оборудования самим предпринимателям. В результате такой политики Nestle занимает около 70% рынка, имея в своем распоряжении около 2,5 тыс. вендинговых автоматов, а 94% всех кофейных машин завозится именно через эту компанию [2].

Украинский вендинг развивается в полном соответствии с мировыми тенденциями - доминируют крупные операторы. К примеру, в США на одного оператора приходится 24 тыс. автоматов, в Японии - 21 тыс., в Европе - 8 тыс, а в Украине - около 40.

Дистрибьюция (ввоз, перепродажа и обслуживание) торговых автоматов менее привлекательна, поскольку возможности дистрибьюторов достаточно ограничены. У них небольшое количество потребителей: штучные покупатели (офисы, гостиницы) и мелкие независимые операторы, да и то, пока не дорастут до мерок крупного игрока. Став оператором 300-400 торговых автоматов, компания, как правило, устанавливает прямые связи с производителем и

начинает ввозить торговые автоматы самостоятельно. Эти компании закупают торговые автоматы в больших количествах самостоятельно.

Вендинг является достаточно перспективным для Украины, потому как это малоизвестный, малоизученный, но очень перспективный бизнес, который при желании и умении может перерасти в выгодное и прибыльное дело. Высокая рентабельность, низкий порог вхождения в бизнес и легкость вендинга привлекают многих. Компании могут выйти на рынок тремя способами: закупив торговые автоматы самостоятельно, взяв необходимое оборудование в лизинг или кредит либо заручившись поддержкой таких производителей, как Nestle. Среди уже известных операторов рынка такие компании, как «НОТА», «Евро-Вендинг», «Профессиональные системы», «Укрторгавтомат», Kavomaty.

При выборе конкретного направления вендинга нужно руководствоваться следующими факторами:

- размер населенного пункта, развитие торговой инфраструктуры, благосостояние населения;
- наличие конкурентов, наличие и степень развития смежных направлений вендинга;
- опыт вендинг-операторов в соседних населенных пунктах (области, субъекте);
- анализ вторичного рынка торговых автоматов.

В вендинге главную роль играет выбор места. Места можно поделить на три группы:

1. Места с большой проходимостью обеспеченных людей, которых не смутит цена стаканчика кофе. Например: аэропорты, торговые центры, офисные центры и т.д.

2. В тех местах, в которых люди по долгу ожидают или по долгу находятся. Например: ГАИ, налоговые инспекции, авто мойки, станции тех. обслуживания, игровые залы, Интернет кафе и т.д.

3. Места учебы или работы. ВУЗы, различные предприятия и т.д. [1, 60]

Кроме того, торговые автоматы являются потенциальным местом расположения рекламы, как на самом корпусе, так и на использующихся для напитков стаканах. К примеру, размещение на торговом автомате несколько афиш, листовок, логотипов сторонних компаний может полностью окупить аренду места.

Оператору вендинг-сети по роду бизнеса приходится выполнять много ролей – и порой самая непростая и важная их них – продать торговый автомат в определенное место или договориться с владельцем об установке автомата на определенных условиях.

Наиболее частая ошибка, которую совершают операторы в своем стремлении «занять» конкретную точку – это то, что они начинают с заученной наизусть презентации торгового автомата (часто почерпанной из рекламных буклетов фирмы-производителя). Это все равно, что просто протянуть потенциальному партнеру визитку со словами «Если что-то понадобится –

свяжитесь со мной» – безусловно, такая тактика не захватывает владельца торговой точки, не подталкивает его к действиям. В большинстве своем они просто прослушают «лекцию» и тут же ее забудут.

Еще одна ошибка операторов – почувствовав легкую заинтересованность, они напористо хотят получить у хозяина торговой точки согласия на установку оборудования, просят слишком быстро и слишком много. Часто людей это пугает – особенно консервативных хозяев, привыкших к своему делу. Новшества не всегда принимаются.

Торговые точки наиболее часто отказывают в установке торговых автоматов, так как правило, боятся:

1) ответственности за безопасность вендора – задача вендинг-оператора продемонстрировать надежность и вандалоустойчивость автомата;

2) отвлечение сил работников на обслуживание оборудования – решается также демонстрацией;

3) отвлечение внимания покупателей на автомат, а не на продукцию, представленную на витринах его магазина – выход: в каждой торговой точке стараться продавать тот наполнитель, который не будет конкурировать с выставленными на прилавке товарами [4].

Как и любой вид бизнеса, вендинг сталкивается с определенными проблемами:

1. Трудности, связанные с кредитованием. Трудности эти проистекают от недоверия к малому предпринимательству со стороны банков и отсутствия хорошо организованной, налаженной работы с этим сегментом бизнеса. С точки зрения банков, кредитованию малого предпринимательства мешают:

- непрозрачность самого малого бизнеса;
- отсутствие реальной масштабной государственной поддержки малого бизнеса;
- высокие риски невозврата кредитов;
- отсутствие у малых предприятий ликвидных залогов;
- недостаточная юридическая и экономическая грамотность большинства малых предпринимателей в Украине.

Взгляд на проблему со стороны самих предпринимателей противоположен взгляду банкиров (высокая стоимость кредитов; слишком жесткие условия получения кредитов; невозможность получить кредит на создание бизнеса; большие сроки рассмотрения заявок), но солидарны и те, и другие в одном - отсутствие господдержки малого бизнеса - одна из основных причин трудностей в кредитовании и развитии малого вида предпринимательства.

Основываясь на вышесказанном, можно сделать вывод, что государство, несомненно, должно принимать участие в развитии малого бизнеса.

2. Несмотря на уверенность отечественных производителей в конкурентоспособности своей продукции, украинскому рынку пока явно не хватает крупных инвесторов. Из-за отсутствия крупных инвесторов обороты «прохладительного» сегмента украинского вендингового рынка несопоставимы с его потенциальными возможностями. Если, к примеру, в США доля напитков

в общем объеме продаж через вендоры достигает 50% (в основном, стараниями компаний Coca-Cola и PepsiCo), то украинские производители инвестировать в эту сферу не спешат. Крупные заводы («Оболонь», «Славутич») если и продают свою продукцию через автоматы, то слишком мелкими партиями и, скорее, преследуя маркетинговые или рекламные цели. Правда, в свое время производителями были предприняты слабые попытки завоевать этот сегмент: к примеру, «Оболонь» пытался через торговые автоматы реализовывать напиток «Живчик»; похожий проект был также у «Росинки», однако все эти попытки оказались малоуспешными.

3. Еще одна причина, тормозящая развитие рынка вендинга, - невозможность договориться с организациями, которые контролируют доходные точки торговли: метрополитеном, вокзалами, крупными промышленными предприятиями и учебными заведениями. Из-за этого компании вынуждены довольствоваться уже насиженными местами, устанавливая автоматы в супермаркетах и крупных торгово-развлекательных центрах [2].

4. Одной из проблем можно назвать высокую, а иногда и неоправданно завышенную стоимость арендной платы. Средняя цена площади под автомат составляет 800 - 1500 грн./месяц. Для платежного терминала это приемлемая плата, она вполне окупается, но для кофейного автомата это уже высокая стоимость.

5. Урон вендорам приносят вандалы, которые разбивают автоматы, поджигают их, взламывают купюроприемники и пытаются достать товар. Поэтому на автоматы, которые находятся на улице, вендоры устанавливают дополнительные антивандальные каркасы и корпуса, что значительно защищает от повреждений.

Основными тенденциями развития рынка вендинга является его дальнейшее интенсивное расширение, как в физическом, так и в качественном плане. Растет не только количество торговых автоматов, но и товаров, продаваемых с их помощью. Уже не новость машины по продаже сэндвичей и prepaid-карт, а вскоре появятся вендоры элит-класса: по продаже свежеотжатого сока, например. Возможно, что торговые автоматы в ближайшем будущем будут не только просто продавать товары, но и станут интеллектуальными механизмами, предоставляющими качественное и быстрое обслуживание. С совершенствованием технологий сверхпроводимости, стало возможным сохранение электроэнергии. Наверняка скоро появятся автоматы - энергозаправщики. Вероятно, подобные автоматы, заменив в 21 веке машины топливозаправщики, станут основными аппаратами по заправке электроэнергией экологически чистых электромобилей, телефонов и компьютеров.

Быстрое развитие вендинг-бизнеса, высокий спрос на использование аппаратов продаж требуют автоматизации деятельности компаний и подразделений, которые осуществляют реализацию, установку и обслуживание вендинг-машин.

При наличии широкой сети вендинг-аппаратов и/или торговых представителей в других городах очень важно автоматизировать процессы вендингового учета. Для решения этой задачи, была разработана ERP-система, ориентированная на нужды вендинг-операторов. Она включает в себя средства интеграции с приборами сбора статистики и отчетности торговых автоматов от различных производителей, и состоит из различных модулей:

- учет клиентов;
- учет оборудования;
- сервисное обслуживание;
- складской учет;
- учет продаж ингредиентов;
- учет всех операций, проводимых с торговыми автоматами;
- планирование загрузок автоматов и т.п.

В последнее время одной из самых обсуждаемых тем является тема экономического кризиса. Многие бизнесмены, связанные с автоматической торговлей в один голос утверждают, что экономический кризис – это очень благодатное время для вендинговой торговли. Граждане нашей страны, которые почувствовали на себе последствия финансового спада стали более экономными и не всегда позволяют себе то, в чем не отказывали себе до осени прошлого года. Такая бережливость проявляется и в том, что потребители реже стали посещать кафе и другие подобные заведения. Вместо того чтобы заказать чашечку кофе в кафе, предпочтение теперь отдается кофейным торговым автоматам, тем более, что кофе, который готовит зерновой кофейавтомат, не хуже, а иногда даже лучше чем готовят в некоторых кафе, а вот цена значительно ниже. Небольшая сеть торговых автоматов также может служить своеобразной страховкой на случай снижения доходов от основного бизнеса.

Конечно, вендинг уязвим для экономических спадов, но в большинстве случаев удар по автоматической торговле наносят законодатели и фискальные органы. Например, в связи со сменой валют связанном с введением в обращение евро, многие вендинг-операторы понесли солидные убытки, пришлось заменять или перепрограммировать большое количество купюро- и монетоприемников.

На основе проведенных исследований можно сделать вывод, что вендинг-бизнес безусловно прибылен. По сравнению с обычной торговлей вендинг имеет массу преимуществ. Это экономия средств на содержании офиса и складских помещений - в таковых просто нет необходимости. Минимум кадровых ресурсов - продавец при автомате не нужен вовсе. Также этот бизнес прост с юридически-правовой точки зрения: не требуется специальных разрешений, применяется упрощенная схема уплаты налогов. Наконец, торговые автоматы просты в эксплуатации и надежны.

Литература

1. Золотницкий А.Р. Теория и практика вендинга // ЭКО. – 2004. - №7.
2. www.e-vending.ru

3. Иванова М.А. Торговля через автоматы: мифы и реальность // ЭКО. – 2006. - №2.
4. www.mrvending.ru

УДК 339.075

ХАРАКТЕРИСТИКА И АНАЛИЗ МИРОВЫХ РЕЗЕРВНЫХ ВАЛЮТ
Меланич Ю.В.
Бахчисарай А.Ю.

Актуальность темы. Резервной валюте принадлежит все более значимая роль для функционирования мировой экономики. Каждая страна, участвующая во внешнеэкономической деятельности, нуждается в общепризнанной резервной валюте для осуществления купли-продажи различных видов товаров и услуг между различными странами. На сегодняшний день страны все более интегрируются в мировое хозяйство и все более увеличивается значимость экспорта и импорта, в связи с этим увеличивается роль резервной валюты используемой как платёжное средство для международных расчетов.

Целью работы является изучение динамики корзины основных резервных валют мира.

Степень изученности проблемы исследования. Весомый вклад в исследование данной тематики глубоко изучены в работах отечественных и зарубежных ученых, таких как: Е. Авдокушин, А. Буторин, Б. Винклер, В. Дюйзенберг, М.Капустин, Ю. Макогон, Е. Медведкина, В.Шенаев, И. Школа и других.

Изложение основного материала. Резервной валютой называют общепризнанную в мире валюту, используемую для создания в центральных банках других стран резерва денежных средств, с целью осуществления международных расчетов по внешнеторговым операциям и иностранным инвестициям [4, с. 9]. Однако, это узкая трактовка сущности резервной валюты, которая означает, что теоретически любая национальная валюта может стать резервной, если в ней формируют свои резервы зарубежные центральные банки. В действительности это далеко не так, поскольку для признания определенной национальной валюты резервной нужен еще комплекс соответствующих экономических предпосылок, определяют крайнюю ограниченность круга резервных валют.

Впервые статус резервной валюты был юридически закреплён за долларом и фунтов стерлингов в рамках Бреттон-Вудского соглашения в 1944 г. Так же были созданы международные валютно-кредитные организации: Международный валютный фонд (МВФ) и Международный банк реконструкции и развития (МБРР). Межгосударственное регулирование валютных отношений должно было осуществляться главным образом через МВФ, призванный обеспечивать соблюдение странами-членами официальных валютных паритетов, обменных курсов и свободной обратимости валют [5,